مافیای تولید پوشاک ...!!!

مافیای تولید... مافیا...؟؟؟

احسان سلطانی
کارشناس

ریاست محترم رسانه ملی کشور در گفتگو با روزنامه جام‌جم (شنبه ۲۱ تیرماه ۱۳۹۳) اعلام نمودند که "مافیای تولید پوشاک ضربه مهلکی بر چهره پاک جامعه اسلامی وارد کرده است" و رسانه‌ها همراه با رسانه ملی دستهای پشت پرده را معرفی کنند. همچنین در بخشی از گفتگوی ایشان آمده که امروز مسئله پوشش در جامعه به دغدغه‌ای برای مردم و مسئولان تبدیل شده است و به نظر می‌رسد به جای فرافکنی و متهم کردن یکدیگر و پیچیده کردن مسائل باید عوامل اصلی را مورد شناسایی قرار داد. رئیس رسانه ملی با اشاره به گزارشی که در جلسه هیئت دولت ارائه کرد، گفته است گزارش مورد توجه دولت قرار گرفت و رئیس جمهور با نگاهی فرهنگی و قاطعانه به دستگاه‌های مختلف از جمله وزارت صنایع ماموریت دادند تا این موضوع را پیگیری کنند و جریان‌های ناسالم در این حوزه شناسایی شوند.

ضمن تشکر از رئیس رسانه ملی که دغدغه پوشش مردم که اغلب اقشار جامعه نیز درگیر آن هستند را مطرح نموده‌اند، باید اشاره کرد که ضمن اینکه نظام کشور جمهوری اسلامی و حراست از موازین اسلامی می‌باشد، حفظ حریم اجتماعی (شامل پوشش) نیز خواست اکثریت اقشار جامعه است. نظر به طرح مافیای تولید پوشاک به عنوان عامل اصلی یا یکی از عوامل اصلی ضربه مهلک به چهره پاک جامعه اسلامی و ضمن احترام به همه نظرات رئیس رسانه ملی کشور، در این تحقیق به بررسی وضعیت تولید، تجارت و مصرف پوشاک در کشور و نقش عوامل و جریانات تاثیرگذار پرداخته خواهد شد. با توجه به استفاده از لفظ عام مافیای تولید پوشاک به نظر می‌رسد که منظور کل تولید پوشاک در کشور است، زیرا اگر منظور تولید البسه زنانه یا غیرقانونی یا ضدفرهنگی بود، موضوع پس از مافیای تولید پوشاک باید عنوان می‌شد. حال مشخص نیست که عمومیت دادن مافیا به تولید پوشاک کشور عمدی بوده یا سهوی و از روی سطحی‌نگری. از طرف دیگر قضیه به وزارت صنعت، معدن و تجارت ارجاع شده، در حالی که بررسی وضعیت موجود نشان می‌دهد اکثریت واحدهای پوشاک فعال تحت پوشش این وزارتخانه به تولید البسه مردانه، اداری و نظامی پرداخته و بیش از نود درصد تولید پوشاک زنانه کشور تحت پوشش وزارت صنعت، معدن و تجارت نمی‌باشد. بخش اعظم تولید پوشاک کشور در واحدهای کوچک و خیلی کوچک و غیررسمی صورت گرفته که به صورت غیرسازمان یافته و متفرق فعالیت دارند، لذا اطلاق کلمه مافیا که حاکی از وجود یک گروه منسجم و سازمان یافته (برای انجام فعالیت‌های غیرقانونی) است به یک بخش تولیدی شاید چندان درست و منطقی نباشد.

نزدیک به ده هزار واحد تولیدی نساجی و پوشاک با اشتغال در حدود دویست هزار نفر در ایران فعالیت دارند. با توجه به اشتغالزایی بالای واحدهای تولیدی پوشاک و همچنین اشتغال ایجاد شده در واحدهای خدماتی و وابسته به صنایع نساجی و پوشاک برآورد می‌شود بیش از یک میلیون نفر در رابطه با این صنعت مشغول به کار باشند.

طی دهه گذشته با سیاست تثبیت نرخ ارز و سرازیر شدن انبوه دلارهای ارزان نفتی به اقتصاد کشور همراه با رشد سالانه هزینه‌های تولیدکنندگان و دستمزدها، شاید هیچ بخش تولیدی در ایران به اندازه صنایع کارگربر نساجی و پوشاک از واردات رسمی و غیررسمی صدمه ندیده باشد. سهولت ورود منسوجات و پوشاک (قاچاق، تجارت چمدانی، کالای همراه مسافر و روشهای دیگر) و از طرفی شبکه توزیع سازمان‌نیافته، متفرق و گسترده پوشاک به روند رو به رشد قاچاق کمک می‌نماید. قاچاق نه تنها منجر به کاهش درآمدهای دولت از محل اخذ حقوق ورودی و هزینه‌های مبارزه با قاچاق شده، بلکه منجر به کاهش شدید بهای منسوجات وارداتی و در نتیجه کاهش قدرت رقابتی و بهره‌وری تولیدکنندگان و انتقال نیروی کار آنها به بخش قاچاق و خارج از مرزها شده است. همزمان با بالا رفتن درآمدهای نفتی، عطش دولت قبلی برای هزینه نمودن دلارهای نفتی نیز افزایش یافت. دولت برای تبدیل دلار به ریال، نیاز به افزایش واردات کالا داشت. اگر چه برای دولتمردان وقت استفاده از درآمدهای نفتی (به صورت ریال) آن قدر اهمیت داشت که به مشکلات و اعتراضات تولیدکنندگان وقعی ننهند، اما صنایع بزرگ و تحت کنترل و مدیریت دولت در مقابل واردات مقاومت نموده و بالابی‌سازی در بدنه دولت و مجلس و حتی کسب حمایت مستقیم مسئولان طراز اول کشور توانستند از فروپاشی در مقابل واردات جلوگیری کنند. همچنین بخشهایی مانند صنایع غذایی و بهداشتی نیز با توجه به قوانین بهداشتی و شبکه توزیع سازمان‌یافته و مزیتهای دیگر از وضع بهتری برخوردار شدند. واردات قاچاق کالاهایی مانند سیگار نیز با توجه به اهمیت درآمد آن برای دولت تا حدی ساماندهی شد. در مجموع سیاست دولت در دو سه دهه اخیر مدیریت و در دست داشتن بخشها و صنایعی بوده که بتواند با اهرمهای تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای از آنها حمایت کند. در این میان صنایعی که دولت درگیر اداره آنها نبوده و همچنین بخشهایی که بی در و پیکر و بدون متولی و حمایت رها شده بودند و بیش از همه صنایع نساجی، پوشاک، کفش کشور در معرض سیل واردات بی‌رویه قرار گرفتند، چنانچه در دهه گذشته واردات نساجی و پوشاک کشور حتی به مراتب بیش از واردات خودرو و قطعات و لوازم مربوطه بوده است.

واردات رسمی به ایران (طبق داده‌های کشورهای صادرکننده) در سال ۱۳۹۰ (۲۰۱۱ میلادی) معادل با دو دهه سرمایه‌گذاری ارزی در صنایع نساجی و پوشاک ایران بوده است. اگر حجم واردات قاچاق و چمدانی را به این مقدار اضافه کنیم، به میزان غیرقابل باور بیش از نیم قرن سرمایه‌گذاری ارزی در صنایع نساجی و پوشاک کشور خواهیم رسید. مقایسه حجم صادرات جهانی نساجی و پوشاک (با مقدار ۷۰۰ میلیارد دلار) با حجم تجارت جهانی ماشین‌آلات نساجی (۲۵ میلیارد دلار)، نشان می‌دهد که به ازای هر یک دلار تجارت ماشین‌آلات تولیدی ۲۸ دلار تجارت منسوجات ایجاد شده است. اگر ارز مصرفی جهت واردات کالای مصرفی نساجی و پوشاک به واردات ماشین‌آلات و بازسازی و توسعه صنایع نساجی و پوشاک ملی تعلق می‌گرفت، می‌توان تصور نمود که چه تاثیری نه تنها روی اشتغال صنعتی، بلکه روی بخشهای خدماتی و اقتصاد ملی می‌گذاشت. با وفور دلارهای ارزان نفتی فقط به واردات سوبسید داده شد و شغل صادر گردید و با توجه به اینکه منسوجات و پوشاک جزو کالاهای مصرفی کم دوام به شمار می‌روند، لذا از میلیاردها دلار واردات هیچ اثری جز البسه کهنه و زباله بر جای نمانده است. بر اساس آمار پروانه‌های بهره‌برداری وزارت صنعت، معدن و تجارت، طی دهه گذشته کل سرمایه‌گذاری در واحدهای صنعتی پوشاک بین ۰/۰۳ تا ۰/۲۵ درصد کل سرمایه‌گذاری صنعت کشور در نوسان بوده و سرمایه‌گذاری صنعت پوشاک رقم بسیار ناچیزی را در برابر واردات شامل شده است.

کل واردات رسمی و غیررسمی منسوجات و پوشاک دهه گذشته بالغ بر شصت میلیارد دلار برآورد می‌شود که با در نظر گرفتن هرگونه هدف‌گذاری ممکن از سیاستگذاری‌های دولتی، هیچ‌گونه منافعی از واردات نساجی/پوشاک عاید کشور نشد. در حالی که در سال ۱۳۹۰ نسبت به ۱۳۸۰، نرخ برابری ارز (ریال به دلار) در حدود چهل درصد افزایش یافت، حداقل نرخ مصوب دستمزدها ۵/۸ برابر شد و بر طبق داده‌های رسمی افزایش شاخص هزینه تولیدکننده بانک مرکزی ایران، هزینه‌های تولید ۳/۹ برابر افزایش یافت. تثبیت نسبی نرخ دلار و همراه با آن افزایش شدید دستمزدها و هزینه‌ها و از طرفی ثبات نسبی بهای منسوجات و پوشاک جهانی، بی‌تردید مهمترین علت کاهش قدرت رقابتی تولیدکنندگان داخلی و بیش از همه صنایع کارگربر نساجی و پوشاک شد. واردات پوشاک کشور (رسمی، مناطق آزاد، بازارچه‌های مرزی، چمدانی و قاچاق) در سال ۱۳۹۰ به بیش از شش میلیارد دلار (در حدود هفتاد درصد مصرف داخلی) بالغ گردید. بر طبق گزارش توسعه صنعتی سال ۲۰۱۳ سازمان یونیدو، صادرات هر هزار دلار پوشاک چینی (فوب) منجر به از دست رفتن ۰/۱۹ شغل سالانه مستقیم، غیرمستقیم و جنبی در کشورهای واردکننده شده و به عبارت دیگر واردات هر ۵۲۶۰ دلار پوشاک چینی برابر با از دست دادن یک شغل هست. لذا سیل واردات پوشاک به کشور منجر به از دست رفتن یک میلیون و دویست هزار شغل در کشور شده که مطالعات داخلی نیز موید این مقدار می‌باشد.

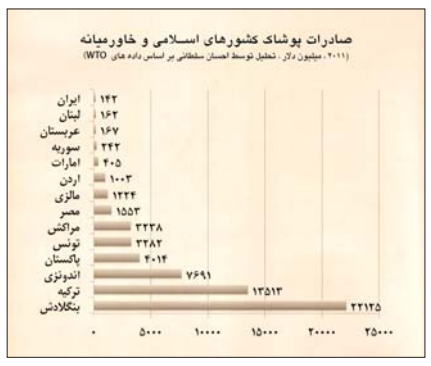
علیرغم نفوذ بسیار شدید کشور ترکیه در سطوح مختلف بازار نساجی و پوشاک ایران، صادرات رسمی این کشور به ایران در حدود یک سوم چین یا امارات متحده با سهم ناچیز پنج درصدی پوشاک از کل صادرات می‌باشد که از حجم بسیار بالای قاچاق و به خصوص پوشاک از این کشور حکایت دارد. شبکه بزرگ و سازمان یافته‌ای از قاچاقچیان هر گونه کالای نساجی و پوشاک را در استانبول دریافت نموده و در هر نقطه در داخل کشور تحویل می‌دهد. این شبکه حتی در زمینه ارائه خدمات به محموله‌های کوچک جهت خرده‌فروشان پوشاک نیز فعال است. بازار خرده‌فروشی استانهای پرجمعیت شمال غرب و غرب کشور تحت تسلط منسوجات و پوشاک ترک قرار دارد. تاثیر صنایع نساجی و پوشاک قدرتمند ترکیه روی بازار مصرفی ایران در حدی شدید هست که روی سبک مصرف و مد مصرف‌کنندگان ایرانی نیز تاثیر بسزایی بر جای گذاشته است. در همین زمان که این مقاله در حال نگارش است، قاچاقچیان با بیست تا سی درصد هزینه هر نوع پوشاک را در استانبول تحویل گرفته و ظرف مدت کمتر از دو هفته در تهران تحویل می‌دهند. ایران اولین بازار صادرات مجدد منسوجات و پوشاک امارات متحده عربی است که برآورد می‌شود نیمی از صادرات منسوجات و پوشاک امارات را شامل گردد. بخش اعظم منسوجات و پوشاک از طریق قاچاق به جزایر و بنادر جنوبی به کشور وارد می‌گردد. گزارش هیئت توسعه تجاری چین برای صادرات منسوجات به ایران توصیه می‌نماید که صادرکنندگان چینی باید از کشورهای ترکیه و امارات متحده به عنوان پلی برای صادرات به ایران استفاده کنند. قاچاق منسوجات و پوشاک در حدی وسیع و گسترده است که در سال ۱۳۸۹ حجم میزان قاچاق مکشوفه پوشاک به بیش از سه برابر واردات به گمرکهای ایران بالغ گردید.

طی دوره دهه نود، تعداد مسافرین ورودی به کشور از طریق مرزهای هوایی به کشور با افزایش دو برابری از چهار میلیون نفر فراتر رفت. در همین حال تعداد کل مسافرین ورودی به کشور نیز به مرز ۱۵ میلیون نفر رسید. حداقل نیمی از مسافرین ورودی به کشور با توجه به سهولت حمل و سبک بودن (جهت مصرف شخصی یا سوغات و حتی فروش)، میزان قابل توجهی از منسوجات و پوشاک را به کشور وارد می‌نمایند. علاوه بر همه اینها بازارچه های مرزی نیز در واردات پوشاک به کشور نقش مهمی ایفا می‌نمایند. بررسی وضعیت بازارهای شهرهای مرزی و بازارچه های مرزی، خود گویای موضوع است. مناطق آزاد و به خصوص مناطق آزاد قشم و کیش از مبادی مهم واردات پوشاک عمدتاً بنجل و بی‌کیفیت به کشور هستند و به عنوان پلی بین کشورهای خارجی و بازار داخلی عمل می‌کنند و بخش مهمی از کالای خریداری شده توسط مسافرین این مناطق را پوشاک تشکیل می‌دهد. در سال ۱۳۹۰ واردات رسمی (ثبت شده در گمرک ایران) منسوجات و پوشاک مناطق آزاد بیش از ۱۴ برابر واردات ثبت شده در گمرکهای ایران بوده است. علاوه بر مشکل قاچاق، مورد مهم و قابل توجه دیگر کم‌اظهاری در گمرکهای کشور برای گریز از پرداخت درست حقوق گمرکی ورودی می‌باشد که در زمینه واردات پوشاک مقدار کم‌اظهاری به بیش از سی برابر در سال ۱۳۹۰ بالغ شده است. واردات پوشاک کشور در یکی دو دهه اخیر از رشدی نمایی و لجام گسیخته برخوردار می‌باشد، به‌صورتی که در سال ۱۳۹۰ نسبت به سال ۱۳۷۰، صادرات رسمی پوشاک به کشور بیش از ۲۰۰ برابر و در کل دهه نود نسبت به کل دهه هشتاد بیش از ۲۰ برابر افزایش داشته است.

پدیده دیگری که همراه با افزایش واردات پوشاک طی دهه گذشته اوج گرفت، ورود تعداد زیادی اشخاص غیرحرفه‌ای و غیرمسئول به عرصه توزیع پوشاک است. متاسفانه از متکدی خیابانی که به دستفروشی البسه بنجل رو می‌آورد تا زن خانه‌دار که با واردات چمدانی پوشاک به مزون‌داری در منزل اقدام می‌کند، هر کسی به سهولت وارد زنجیره عرضه پوشاک می‌شود. سیستم موجود به نحوی است که بخش توزیع پوشاک قابلیت زیرزمینی شدن و از کنترل خارج شدن را دارد. حتی اگر در کنترل کانالهای توزیع رسمی پوشاک تا حدی توفیق حاصل شود، بخش غیررسمی (با همکاری شبکه سازمان‌یافته قاچاقچیان یا واردات چمدانی همراه مسافر) به سرعت رشد کرده و جای آن را خواهد گرفت، کما اینکه در چند سال گذشته دفاتر خصوصی و مزون‌های خانگی به رقابت با بخش توزیع رسمی برخواسته بودند.

با بررسی کوتاهی به سادگی مشخص می‌شود که ساز و کار مبادی مرزی و مسیرهای ترانزیت جنوب و غرب به مرکز و همچنین فرودگاه‌های ورودی کشور به نحوی است که اجازه فعالیت به قاچاقچیان را می‌دهد. مهمترین مشکل و معضل کشور این است که هیچ‌گاه دولتها از اقتدار و عزم لازم برای برخورد با قضیه قاچاق برخوردار نبوده و نیستند. در هر صورت مدیریت وضعیت موجود با برخوردهای مقطعی و موضعی و شعارگونه امکان‌پذیر نخواهد بود و نیاز به اقدامات و برنامه‌ریزی‌های زیربنایی، اصولی و علمی دارد.

زنجیره عرضه تولیدات نساجی/پوشاک از کشاورزی و چاههای نفت شروع شده و به خرده‌فروشی پایان می‌پذیرد. این زنجیره در بعد اشتغال صنعتی خود توانایی امکان ایجاد بیش از یک میلیون شغل (فقط جهت رفع نیاز بازار مصرف داخلی) را دارد. با مدیریت صحیح زنجیره عرضه نساجی و پوشاک امکان رفع بسیاری از معضلات اجتماعی و فرهنگی کشور فراهم خواهد شد. زنجیره نساجی/پوشاک از سه بخش سرمایه‌بر صنایع نساجی، کارگر بر تولید پوشاک و خدمات‌دهنده توزیع پوشاک تشکیل شده است. در برنامه‌های اقتصادی و صنعتی کشور نگاه توسعه صنعت نساجی کشور عمدتاً به بخش سرمایه‌بر صنایع نساجی معطوف بوده و از بخش کارگربر تولید پوشاک و بخش خدماتی عرضه که این دو بخش توان اشتغال‌زایی بالا دارا بوده و نیروی محرکه صنعت نساجی به شمار می‌روند، غفلت شده است.



در ادامه بحث نگاهی کوتاه به وضعیت صنعت پوشاک در جهان می‌اندازیم. با در نظر نگرفتن کشورهای پیشرویی از قبیل چین، هند و ایتالیا، وضعیت کشورهای اسلامی و منطقه خاورمیانه با ایران مقایسه می‌گردد. صادرات پوشاک ایران با حجم ۱۴۲میلیون دلار در سال ۱۳۹۰ (۲۰۱۱ میلادی) نه تنها در برابر صادرات کشور همسایه ترکیه با صادرات ۱۴ میلیارد دلار، اصلاً صادرات محسوب نمی‌شود، بلکه حتی از کشورهایی مانند اردن، امارات متحده عربی، سوریه، عربستان سعودی و لبنان نیز کمتر بوده است. سهم پوشاک از کل صادرات کشور فقط ۰/۰۶درصد بوده که این نسبت در مورد ترکیه، اردن و مراکش بیش از یکصد برابر و در مورد پاکستان و تونس بیش از دویست برابر است. هنگامی که توانایی ایجاد اشتغال ناشی از صادرات پوشاک کشورهای منطقه خاورمیانه و اسلامی تحلیل می‌شود، نتایج شگفت‌آورتری حاصل می‌گردد. در حالی که سرانه نیروی کار صادرات پوشاک (صادرات پوشاک به ازای هر نفر نیروی کار) ایران سه دلار است، این شاخص در کشورهای تونس ۸۴۸ دلار (معادل بیش از ۴ ماه حقوق کارگر در ایران)، اردن ۵۹۲ دلار (۳ماه حقوق کارگر در ایران) و ترکیه ۵۰۷ دلار (معادل ۲/۵ ماه حقوق) هست که نشان‌دهنده فرصتهای اشتغال از دست رفته در کشور می‌باشد. مطالعات انجام شده توسط شرکت تحقیقاتی صنایع نساجی یزد روی وضعیت و قدرت رقابتی بیش از یکصد کشور جهان نشان می‌دهد که کشور ایران (در حد و اندازه کشورهای هم ردیف) توان و پتانسیل صادرات در حدود ده میلیارد دلار منسوجات و پوشاک را دارا است. لذا با توجه به از دست رفتن بیش از یک میلیون شغل در اثر واردات و قاچاق پوشاک و منسوجات و از دست دادن فرصتهای صادراتی، در صورت توجه و حمایت از صنعت پوشاک و نساجی هم اکنون بیش از دو میلیون شغل در کشور ایجاد شده بود و از طرف دیگر با توجه به وجود صنایع قوی و پویای تولید پوشاک در کشور، کنترل مسائل فرهنگی و تعامل با نحوه پوشش مردم نیز امکان داشت.

علیرغم عنوان پوشش نامناسب بعضی از بانوان به عنوان سمبل بحران فرهنگی- اجتماعی کشور، به جنبه‌های اقتصادی-اجتماعی آن توجهی مبذول نمی‌شود. طی سالهای اخیر به علت کاهش قدرت خرید واقعی مردم و از طرفی افزایش بی‌رویه هزینه‌های مسکن، حمل و نقل و ارتباطات، کاهش هزینه اقلامی مانند غذا و پوشاک را شاهد بوده‌ایم. بر طبق داده‌های مرکز آمار ایران در سال ۱۳۹۰ نسبت به سال ۱۳۷۵، سهم هزینه‌های غذا و پوشاک از به ترتیب ۲۹/۷ و ۱۰/۹درصد کل هزینه به ۲۴/۹ و ۴/۶ درصد کاهش پیدا نمود و سهم هزینه‌های مسکن و حمل و نقل و ارتباطات از به ترتیب ۳۱/۳ و ۶/۴ درصد کل هزینه به ۳۳/۸ و ۱۱/۵ درصد افزایش یافت. هنگامی که در اثر سیاستهای پراشتباه اقتصادی گذشته بیش از سی درصد جامعه به زیر خط فقر سقوط کرده و عامه مردم فقیرتر شده‌اند و مردم برای گذران زندگی حتی از هزینه تغذیه خود کاسته و سهم هزینه پوشاک به کمتر از نصف کاهش یافته است، توجه بانوان به مصرف پوشاک ارزان (و شاید نامناسب) امری بسیار طبیعی و عادی خواهد بود. طنز تلخ فرهنگی - اقتصادی قضیه این هست که حداقل دستمزد نیروی کار شش میلیون ریال، بهای یک قواره چادر مشکی در حدود سه میلیون ریال (بیش از بیست برابر یک روسری کوتاه)، یک شلوار معمولی دو برابر یک شلوار (جوراب) ساپورت و یک مانتوی اسلامی بیش از دو برابر یک مانتوی تنگ و کوتاه قیمت دارد!

بعد دیگر دغدغه فرهنگی پوشش مردم و به خصوص بانوان و جوانان، وجود البسه با مد و ترکیب و طرحهایی است که بعضاً با ارزشها و هنجارهای فرهنگی مورد نظر مسئولان و مردم سازگاری ندارد که این معضل از نفوذ چندساله و شدید و عمیق مصرف پوشاک خارجی ریشه می‌گیرد. برند تجاری بیش از ۹۹درصد کالای پوشاک وارداتی (عمدتاً قاچاق)، برندهای معروف جهانی تقلبی است که با توجه به خارجی بودن و عدم آگاهی اغلب مصرف‌کنندگان به عنوان کالای برنددار از مقبولیت بسیار بالاتری برخوردار می‌باشد و طبق مطالعات انجام شده نزدیک به دو سوم قشر جوان کشور حتی با کیفیت پایین‌تر یا قیمت بالاتر پوشاک خارجی برنددار (البته تقلبی) را به پوشاک تولید داخل ترجیح می‌دهند. وضعیت برندینگ پوشاک کشور در حدی اسفبار است که بیش از ۹۰ درصد پوشاک داخلی نیز با برندهای و طرحهای خارجی عرضه می‌شود. حتی بسیاری از تولیدکنندگان داخلی (باکیفیت) نیز ترجیح می‌دهند تا با استفاده از نامهای معتبر جهانی، با پوشاک وارداتی برنددار (تقلبی) رقابت نمایند که آنها را به مبلغان و مروجان بی‌نام و نشان برندهای جهانی و خرده فرهنگهای همراه آنان تبدیل کرده است. برندینگ کالای پوشاک و مد فرآیندی هزینه‌بر و مستلزم صرف زمان و تلاش زیاد هست و علیرغم کوشش برخی تولیدکنندگان داخلی، نظر به عدم حمایت و همکاری دولت و دستگاههای ذیربط و رسانه‌ها، توفیق چندانی در این زمینه حاصل نشده است. با سرمایه‌گذاری در برندینگ داخلی فرصت این فراهم خواهد شد تا به جای فرهنگ وارداتی، فرهنگ و هنر غنی ایرانی و اسلامی به تدریج جایگاه خود را باز یافته و بخش مهمی از مسائل فرهنگی کشور نیز حل شود (پوشاک بدون برند یعنی پوشاک بی‌هویت).

هنگامی که قاچاق پوشاک کمر صنعت پوشاک (و در کنار آن نساجی) کشور را شکست، کمتر مسئولی در کشور به تبعات و پیامدهای آن که رشد بیکاری و نفوذ فرهنگ غربی بود، اندیشید. هم اکنون بیکاری و در کنار آن رشد معضلات فرهنگی و اجتماعی و فقر منجر به رشد پدیده‌هایی به نام پوشش نامناسب و شلوار (جوراب) ساپورت شده که وقت و ذهن بعضی دلسوزان نظام را به خود مشغول نموده، بی آن که به عوامل و ریشه‌های آن پرداخته شود. اگر به صنعت پوشاک کشور و برندینگ کالای مد داخلی اندک توجهی شده بود اکنون به این وضع فاجعه‌بار نرسیده بودیم. هیچ‌گاه مسئولان با خود نیندیشیدند که عدم حمایت از صنعت پوشاک و برند داخلی یعنی حمایت از بیکاری و معضلات فرهنگی و اجتماعی و قاچاق پوشاک یعنی قاچاق خرده فرهنگها.

در مجموع مولفه‌هایی گسسته ولی در هم پیوسته معضل‌ساز شده‌اند. عدم حمایت از صنعت پوشاک منجر به بیکاری جوانان (و به خصوص بانوان) بی‌هدفی شده که به بطالت و ناهنجاری‌های فرهنگی و اجتماعی سوق داده شده‌اند. واردات و قاچاق نفوذ فرهنگی را به همراه داشته است. افزایش واردات و به دنبال آن کاهش تولید داخلی، مردم را فقیرتر و آنها را به سمت مصرف پوشاک ارزان و بعضاً مبتذل کشانده است. بنابراین مجموعه عوامل گوناگون چنان با هم درآمیخته‌اند که نباید منجر به این گردد که فقط نوک کوه یخ دیده شود. مسئله پوشش مردم و رعایت حریم اخلاقی جامعه برای همه اهمیت دارد اما باید به دنبال ریشه‌ها و عوامل بود و نه به دنبال اثرات ظاهری و جانبی. اقتصاد غیرمولد و فقر و بیکاری و فساد و بی‌فرهنگی همه لازم و ملزوم یکدیگرند.

روند ایجاد و تقویت مشکلات فرهنگی (و پوشش) جامعه را به شرح ذیل می‌توان جمع‌بندی نمود،

- رشد بی‌رویه و سرسام‌آور واردات و قاچاق پوشاک به کشور
- نفوذ خرده‌فرهنگها و فرهنگهای غیرهمسو همراه با پوشاک وارداتی
- عدم هر گونه برخورد جدی و موثر با پدیده قاچاق پوشاک در دهه اخیر
- عدم هر گونه حمایت از تولید پوشاک در کشور و اضمحلال صنعت پوشاک
- تقلید تولیدکنندگان پوشاک داخلی از پوشاک وارداتی برای امکان ادامه فعالیت
- عدم هر گونه حمایت از صنعت برندینگ و مد داخلی و واگذار کردن صحنه به بازیگران خارجی
- رواج خرده‌فرهنگهای بیگانه در داخل کشور و بدپوششی
- عدم اشتغال بخش مهمی از جوانان جویای کار (بیش از دو میلیون نفر در بخش تولید پوشاک) به علت سیاستگذاری‌های اشتباه اقتصادی و صنعتی و در نتیجه کشیده شدن آنها به سمت فساد و ناهنجاری‌های اجتماعی و فرهنگی
- تقویت سیکل منفی روند فوق‌الذکر طی سالیان اخیر

با توجه به موارد گفته شده ملاحظه می‌گردد که به خصوص طی چند سال اخیر همواره با تشدید کاهش حاشیه سود در بخشهای تولیدی و از دست رفتن توان رقابت‌پذیری تولیدات داخلی مواجه بوده‌ایم، بنابر این مجال و منافعی برای بروز هر گونه به اصطلاح مافیا در بخش تولید داخلی باقی نمی‌ماند و اگر رسانه‌ها به دنبال ریشه‌یابی عوامل اصلی و تاثیرگذار بر نحوه پوشش مردم هستند، پیشنهاد می‌شود تا در مورد مافیاهای ذیل و حامیان آنها بررسی نموده و عوامل اصلی پشت پرده معرفی گردند.

- مافیای سازمان‌یافته و قدرتمند قاچاق پوشاک
- مافیای واردات منسوجات و به خصوص پارچه چادر مشکی
- مافیای حامی پوشاک خارجی و مانع تولید پوشاک کشور
- مافیای حمایت از برندهای خارجی
- مافیای تبلیغات پوشاک و وسایل آرایشی و مصرفی خارجی در رسانه‌های داخلی و خارجی (فارسی زبان)
- مافیای توزیع آزادانه پوشاک و وسایل آرایشی و مصرفی خارجی عمدتاً قاچاق در سطح کشور

در پایان امید می‌رود تا همه دست اندرکاران نظام ضمن توجه به مسائل و دغدغه های فرهنگی و اخلاقی، ابلاغیه بسیار مهم مقام معظم رهبری در خصوص اقتصاد مقاومتی و حمایت از تولید داخلی را در صدر امور قرار دهند. بلاشک نظام جمهوری اسلامی نیازمند نظام اقتصادی مولدی هست تا با ایجاد رشد اقتصادی و اشتغال، سرمایه‌های انسانی کشور را به سمت ایجاد ارزش افزوده اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی سوق دهد.